

# **ПРОБЛЕМЫ КУЛЬТУРЫ И ИДЕНТИЧНОСТИ В МЕНЯЮЩЕМСЯ МИРЕ**

Белоусов А.С.,  
г. Екатеринбург

## **ПРОБЛЕМА СООТНОШЕНИЯ ДОЛИ РЕАЛЬНОГО И ВИРТУАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ В ЖИЗНИ АКТИВНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ**

Активное использование людьми социальных сетей приводит к появлению интересного феномена виртуальной идентичности. У человека появляется возможность конструировать свой образ в среде, которая позволяет играть идентичностью, менять ее или вообще скрывать. Это приводит к появлению ряда принципиально новых проблем идентичности личности. Новых, по причине иной реальности, в которой субъект себя презентует – виртуальной реальности.

С сентября по ноябрь 2011 года нами проводился анкетный опрос активных пользователей социальных сетей, посвященный проблемам конструирования социальной идентичности личности, по результатам которого, мы можем говорить о некоторых проблемах, вызванных формированием данного феномена в социальных сетях.

К ним прежде всего можно отнести: предпочтение виртуального общения реальному, что является признаком сильного погружения в мир Интернет и отдаления от мира реального, и проблему достоверности информации, которую мы получаем из сети, так как пользователи часто размещают вымышленные факты о себе, фотографии и т.д.

В социальных сетях есть такие функции, как «добавить в друзья», «подписаться», «стать последователем» и т.д. Этим пользователи выделяют людей, с которыми знакомы или которые им интересны. Итак, в каждой сети есть возможность создать свой круг общения. Этот круг может быть шире действительных социальных связей, потому что в него могут входить люди, с которыми ты на самом деле не знаком. У некоторых людей есть по 5000 друзей в социальной сети. Возможно ли поддерживать реальные отношения со всеми ими?

Опрос показал, что 50 % активных пользователей социальных сетей 200 друзей и более. Британский антрополог Робин Данбар в своих исследованиях доказывал, что число субъектов, с которыми человек может сохранять доверительные отношения, в среднем не превышает 150 [1]. Именно такого размера может быть реальный круг общения человека как в реальном, так и сетевом пространствах, где все единицы будут взаимосвязаны.

Это означает, что большая часть так называемых «друзей» в социальной сети, друзьями пользователя на самом деле не являются. Они состоят в друзьях, исходя из других причин, например, потребность в признании, стремление к популярности, создание видимости успешности или как аудитория для продвижения своих идей, работы и т.д. Таким образом, большое количество «друзей» в социальной сети, не обязательно является признаком общительности и особого отношения к ним.

Данный факт подтверждается и тем, что чем больше количество друзей в социальной сети, тем чаще пользователь не знает все 100 %. Лишь 45 % респондентов знают всех своих друзей лично. Но при этом 90 % пользователей утверждают, что знакомы более чем с половиной тех, кто находится у них в друзьях. Скорее всего, это те, у кого их в сети меньше 150. Лишь те, у кого количество контактов перевалило за 500, в большинстве своем знают меньше 50 % «друзей».

Если говорить непосредственно об общении, как виртуальном, так и реальном, то в жизни 71 % опрошенных преобладает реальное общение, лишь 1 % общается только виртуально, а у 3,5 % преобладает виртуальное общение и 4,5 % коммуницируют только в реальной жизни.

В целом, по нашему мнению, мы получаем нормальную картину, в которой большинство активных пользователей не уходят в мир виртуальной реальности. Каждый пятый общается одинаково и там и там. Лишь 4,5% оторваны от реальных отношений и рискуют погрузиться либо уже погружены в виртуальный мир слишком глубоко. Такое же количество

респондентов, утверждает, что общается только в реальной жизни и совсем не зависят от Интернета.

Когда мы говорим о виртуальном мире, нельзя не спросить, почему стало возможным обладать другой идентичностью в пространстве, казалось бы, не реальном? Потому что Интернет и компьютерная сфера искусно создают иллюзию действительного присутствия субъекта в виртуальной реальности. К тому же, в последние годы развития Интернета, он стал оказывать все большее влияние на действительную реальность [5]. Обсуждения в различных сообществах в социальных сетях могут привести к реальным встречам людей и реальным последствиям действий, которые они совершают. Возможность совершать покупки и оплачивать услуги через Интернет также свидетельствуют о том, что виртуальная реальность не так уж нереальна. Слишком уж плотно она вошла в нашу жизнь и прочно закрепилась как часть социальной реальности, без которой сложно представить современное общество.

Опрос продемонстрировал, что 55 % респондентов, заведя знакомство в социальной сети, впоследствии встречались в реальной жизни. То есть виртуальное общение, являющееся определенного рода симуляцией, переносилось в реальный мир и могло иметь реальные последствия. Чем сильнее виртуальность входит в нашу жизнь, тем сложнее определить, где она заканчивается и начинается реальность.

В анкете содержалось два вопроса, в которых выяснялось, предоставляют ли респонденты недостоверную информацию о себе в социальных сетях и в реальной жизни. Полученные данные свидетельствуют, что респонденты, судя по их ответам, чаще лгут в реальной жизни, чем в виртуальной.

Анализ влияния предоставления недостоверной информации о себе в реальной жизни на достоверность/недостоверность информации в социальной сети показал, что те, кто не сообщает ложных фактов в реальной жизни, скорее всего, не сделает этого и в сети, хотя возможность оставаться

неизвестным является благоприятным полем для того, чтобы играть своей идентичностью. Проблема достоверности информации в социальной сети зависит не от возможности скрыть какие-то данные о себе, а от собственных принципов относительно предоставления правдивых фактов.

Таким образом, результаты опроса позволяют констатировать, что феномен формирования виртуальной идентичности, несомненно, присутствует в среде социальных сетей, но он не несет в настоящий момент угрозы реальной идентичности людей в глобальном смысле. По-настоящему рискуют лишь отдельные индивиды, число которых не так велико.

#### Литература

1. Вокруг Света №5, май 2007: <http://www.vokrugsveta.ru/vs/article/3877/>  
Губайловский В. Интернет как социальная сеть.
2. Кастельс М. Галактика Интернет \ У-Фактория Екатеринбург 2004
3. Мавлетова А.М. Социологические опросы в сети Интернет: возможности построения типологии // Социология 4М. 2010. №31.
4. Онлайн исследования в России 2.0 // Под редакцией Шашкина А.В., Девятко И.Ф., Давыдова С.Г. М.: РИЦ «Северо\_Восток», 2010.
5. Lib.ru // Политология, политика. URL:  
[http://lib.ru/POLITOLOG/ivanov\\_d\\_v.txt\\_with-big-pictures.html](http://lib.ru/POLITOLOG/ivanov_d_v.txt_with-big-pictures.html) Дата  
обращения: декабрь 2011 // Иванов Д.В. Виртуализация общества.